

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PELAKU UMKM
DI KAWASAN PASAR DOLOPO MADIUN**

SKRIPSI



Oleh:

Ahmad Rizqi Nur Fauzi

NIM. 402180113

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2023**

ABSTRAK

Fauzi, Ahmad Rizqi Nur. Efektivitas Penggunaan *Mobile Banking* dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo Madiun. *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Said Abadi, Lc., M.A.

Kata kunci: Efektivitas, *Mobile Banking*, Pelaku UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa efektif penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli yang ada di kawasan Pasar Dolopo Madiun. Berangkat dari fenomena yang menunjukkan perkembangan teknologi di wilayah perbankan yang telah dirasakan oleh kalangan masyarakat terutama bagi pelaku UMKM, yang mana pada penelitian kali ini berfokus pada proses pembayaran menggunakan *mobile banking*.

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis. Lokasi penelitian dilakukan di kawasan Pasar Dolopo Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun. Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pengumpulan data primer. Data primer adalah data atau informasi utama yang diambil dari subjek asli atau langsung dari subjek penelitian. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara untuk selanjutnya data yang terkumpul dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua model pembayaran yang digunakan oleh pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo, yaitu tunai dan non tunai. Dari beberapa faktor yang melatarbelakangi penggunaan *mobile banking*, kemudahan penggunaan menjadi faktor utama dari informan atau pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo menggunakan *mobile banking* dalam transaksi jual beli. Begitu juga terkait penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli oleh pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Madiun bisa dikatakan efektif, karena penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli oleh informan atau pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo telah sesuai dengan tiga hal yang menjadi indikator dari efektivitas, yaitu pencapaian tujuan, integrasi, serta adaptasi.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Ahmad Rizqi Nur Fauzi	402180113	Perbankan Syariah	Efektivitas Penggunaan <i>Mobile Banking</i> dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo Madiun

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 01 April 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Muhtadin Amri, M.S.AK.

NIP 198907102018011001

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Said Abadi, Lc., M.A

NIDN 2112088202



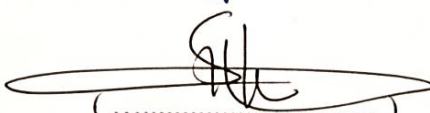
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Efektivitas Penggunaan *Mobile Banking* dalam Transaksi
Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo Madiun
Nama : Ahmad Rizqi Nur Fauzi
NIM : 402180113
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah
satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

DEWAN PENGUJI:

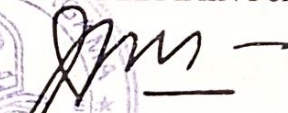
Ketua Sidang	:	
Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.SI.		(.....)
NIP 197202111999032003		
Penguji I	:	
Muhtadin Amri, M.S.AK.		(.....)
NIP 198907102018011001		
Penguji II	:	
Said Abadi, Lc., M.A.		(.....)
NIDN 2112088202		

Ponorogo, 22 Mei 2023

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP 197207142000031005

(*) penanggalan pengesahan ini terhitung seminggu setelah ujian

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Rizqi Nur Fauzi
NIM : 402180113
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Efektivitas Penggunaan *Mobile Banking* dalam Transaksi
Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya, saya bersedia naskah tersebut di publikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses melalui laman **ethesis.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 24 Mei 2023
Pembuat Pernyataan,



Ahmad Rizqi Nur Fauzi

NIM 402180113

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Rizqi Nur Fauzi

NIM : 402180113

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DALAM TRANSAKSI
JUAL BELI PELAKU UMKM DI KAWASAN PASAR DOLOPO MADIUN

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 30 Maret 2023

Pembuat Pernyataan,



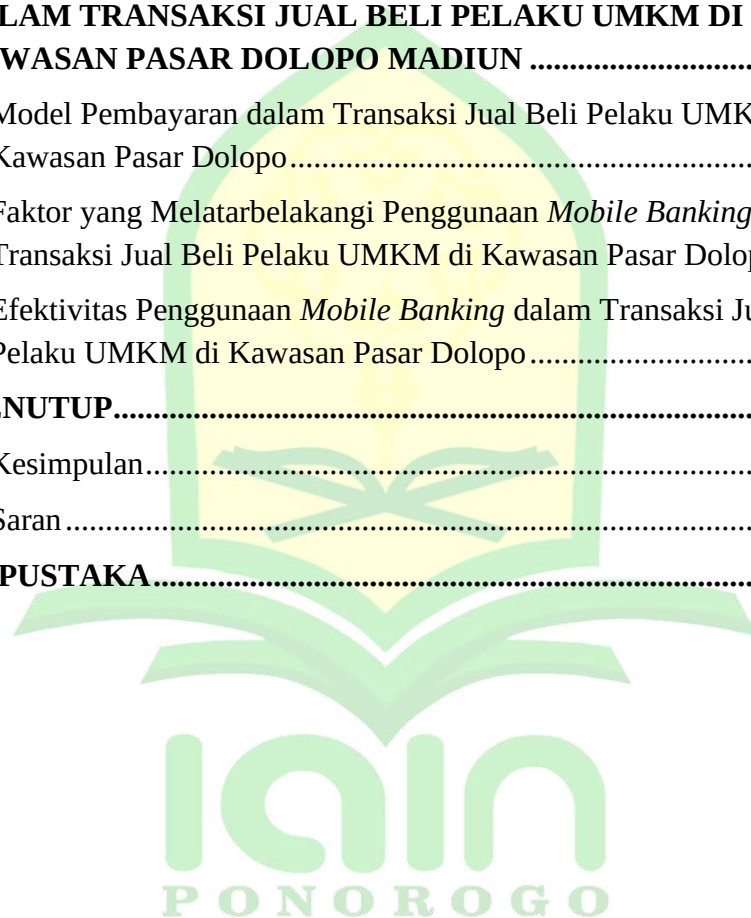
Ahmad Rizqi Nur Fauzi

NIM 402180113

DAFTAR ISI

COVER	1
ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Studi Penelitian Terdahulu	11
F. Metode Penelitian.....	15
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	15
2. Lokasi/Tempat Penelitian (Penelitian Lapangan)	16
3. Data dan Sumber Data.....	16
4. Teknik Pengumpulan Data	17
5. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	18
6. Teknik Pengolahan Data	19
7. Teknik Analisis Data	20
G. Sistematika Pembahasan	21
BAB II EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MOBILE BANKING	23
A. Efektivitas.....	23
A. Transaksi Jual Beli	33
B. <i>Mobile Banking</i>	36
C. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	41
BAB III EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MOBILE BANKING DALAM	
 TRANSAKSI JUAL BELI PELAKU UMKM DI KAWASAN PASAR	
 DOLOPO MADIUN.....	43

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
B. Model Pembayaran dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo.....	45
C. Faktor yang Melatarbelakangi Penggunaan <i>Mobile Banking</i> dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo	48
D. Efektivitas Penggunaan <i>Mobile Banking</i> dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo	49
BAB IV ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN <i>MOBILE BANKING</i> DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PELAKU UMKM DI KAWASAN PASAR DOLOPO MADIUN	56
A. Model Pembayaran dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo.....	56
B. Faktor yang Melatarbelakangi Penggunaan <i>Mobile Banking</i> dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo	57
C. Efektivitas Penggunaan <i>Mobile Banking</i> dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo	58
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi yang semakin canggih memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Kemudahan tersebut telah menyentuh berbagai aspek kehidupan, mulai dari bidang telekomunikasi, pendidikan, keamanan dan pertahanan, hingga di wilayah ekonomi. Pada sektor ekonomi, keberadaan teknologi mempercepat segala bentuk transaksi dengan lebih efisien, efektif, bahkan tanpa batas. Hal itulah yang membuat setiap individu maupun perusahaan menggunakan teknologi untuk mengembangkan bisnisnya. Kemajuan teknologi yang telah menyentuh bidang ekonomi memberikan banyak manfaat bagi masyarakat, seperti adanya mesin *Automatic Teller Machine* (ATM) yang mempermudah dalam melakukan pengambilan uang serta melakukan transfer, munculnya *online shop* yang mempermudah pembeli dalam berbelanja melalui ponsel, hingga transaksi jual beli yang menggunakan *e-money*, dompet digital, *mobile banking*, dan sejenisnya.¹

Transaksi jual beli merupakan kegiatan yang menjadi bagian dari kehidupan manusia, hampir setiap orang melakukannya setiap hari. Jual beli merupakan kegiatan yang membantu manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Melalui transaksi jual beli, manusia dapat memenuhi perannya sebagai makhluk sosial dan berinteraksi dengan orang lain untuk melakukan

¹ Muhammad Ramadhan, "Implementasi Transaksi Non Tunai Pada Taman Rekreasi Selecta Kota Batu Jawa Timur", *Skripsi* (Malang: UIN Malang, 2018), 4.

kegiatan ekonomi guna mencari nafkah. Transaksi jual beli dapat dilakukan di berbagai tempat seperti pasar tradisional, supermarket, toko retail dan masih banyak lagi.² Transaksi jual beli tentunya tak terlepas dari barang dan juga uang, barang merupakan sesuatu yang disediakan oleh penjual/produsen, sedangkan uang adalah alat yang dianggap sebagai media yang sah dan diterima untuk pertukaran barang dan jasa. Uang tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai alat penyimpan kekayaan dan sebagai dasar perhitungan berbagai transaksi ekonomi dan keuangan.³ Dalam transaksi jual beli beberapa penjual ada yang menerapkan pembayaran menggunakan metode tunai dan non tunai, salah satu alat yang digunakan untuk pembayaran non tunai yaitu *mobile banking*.

Mobile banking merupakan suatu layanan yang disediakan oleh lembaga bank syariah maupun konvensional untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi yang bisa diunduh melalui *smartphone*.⁴ Beberapa fitur yang tersedia pada *mobile banking* yaitu layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat), dan layanan transaksi seperti transfer uang antar rekening dan bank lain, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa,

² Aprilia Mahfudhoh, "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Dolopo Madiun", *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2022), 1.

³ Ni Putu Hanik Hendayati, Maulida Nurhidayati, Dwi Setya Nugrahini, "Analisis Pengaruh Nilai Tukar Rupiah terhadap Jumlah Uang Beredar dengan Pendekatan *Error Correction Model* (ECM)". *Jurnal Ilmiah, Konferensi Nasional Sistem dan Informatika 2017* (Bali: STMIK STIKOM), (Agustus 2017) 185.

⁴ "Internet Banking dan Mobile Banking", dalam <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>, (diakses pada tanggal 09 September 2022, jam 19.39).

tiket), dan berbagai fitur lainnya. *Mobile banking* memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun tanpa ada batasan, batasan di sini meliputi ruang, waktu, ataupun jarak yang selama ini menjadi kendala bagi sebagian nasabah dalam melakukan transaksi. tentunya nasabah tidak perlu repot-repot datang ke bank, dengan begitu bisa lebih menghemat waktu dan tenaga.

Layanan *mobile banking* berbeda dengan layanan lainnya, seperti layanan *internet banking*, *sms banking*. Dalam pengoperasiannya, *mobile banking* hampir sama dengan *internet banking* yaitu sama-sama menggunakan jaringan internet, namun ada hal yang menjadi membeda yaitu, nasabah harus mendownload aplikasi *mobile banking* terlebih dahulu untuk menggunakannya dan aplikasi tersebut hanya bisa digunakan pada *smartphone*. Hal ini berbeda dengan *internet banking* karena layanan *internet banking* tidak perlu menggunakan aplikasi untuk mengaksesnya. Layanan lainnya seperti *sms banking* tidak perlu menggunakan jaringan internet, melainkan hanya perlu menggunakan pulsa.⁵ Sedangkan secara umum *mobile banking* menyediakan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali pengambilan uang tunai. Dengan fasilitas tersebut, setiap orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi non tunai di mana saja dan kapan saja. Dengan adanya berbagai kemudahan layanan perbankan, nasabah diharapkan akan memperoleh kepuasan dalam menggunakan berbagai macam produk dan jasa yang telah diberikan oleh pihak bank.

⁵ "Bijak Ber-Electronic Banking", dalam <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>, (diakses pada tanggal 26 Agustus 2022, jam 19.00).

Mobile banking kini sudah mulai populer di kalangan masyarakat umum. Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan, masyarakat bisa lebih leluasa dalam mengelola keuangan yang terdapat pada rekening. Melalui fitur yang relatif sederhana, membuat *mobile banking* sangat mudah untuk dimengerti. Semua instruksi diberikan secara mudah dan rinci sehingga efektif dari segi biaya. Dari segi keamanan, *mobile banking* mampu mengurangi resiko penipuan karena nasabah akan mendapatkan notifikasi ketika terdapat aktivitas pada rekening nasabah baik itu berupa setoran, penarikan, ataupun transfer antar rekening.

Mobile banking adalah layanan perbankan yang menggunakan teknologi informasi, layanan ini menjadi peluang bagi para nasabah khususnya di sektor ekonomi dalam hal jual beli untuk kemudian memudahkan dalam melakukan transaksi. Dalam transaksi jual beli tentunya terdapat yang namanya proses pembayaran, sistem pembayaran tidak lepas dari perkembangan uang dalam fungsinya untuk menyelesaikan transaksi dari berbagai aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh individu atau instansi di dalam masyarakat.⁶ Alat dan sistem pembayaran yang digunakan untuk melakukan transaksi keuangan mengalami perkembangan dari waktu ke waktu sesuai dengan perkembangan peradaban masyarakat dan teknologi informasi. Pada awalnya mekanisme pembayaran atau transaksi dalam masyarakat biasanya melalui barter, maka solusinya adalah dengan menggunakan uang sebagai alat pembayaran. Dalam perkembangannya, uang

⁶ Sri Mulyati Tri Subari dan Ascarya, Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia, 2003), 1.

tunai digunakan dalam bentuk uang logam dan uang kertas (uang kartal).⁷ Perkembangan teknologi alat pembayaran mengubah peran uang tunai menjadi alat non tunai yang lebih efisien dan ekonomis.

Metode pembayaran adalah cara yang dilakukan pelanggan untuk membayar barang dan jasa sesuai dengan harga yang telah ditentukan, Definisi harga menurut Ibnu Khaldun adalah hasil dari hukum permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*).⁸ Saat memulai bisnis, penting untuk memikirkan metode pembayaran yang tersedia dan secara teratur memeriksa apakah metode tersebut memenuhi kebutuhan bisnis dan pelanggan. Metode pembayaran bervariasi berdasarkan biaya dan manfaat aktual dan yang diharapkan, termasuk biaya awal, biaya transaksi untuk masing-masing pihak, biaya waktu, keamanan, kenyamanan, dan lain-lain.⁹

Digital payment atau pembayaran digital adalah pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti *short message service* (sms), *internet banking*, *mobile banking*, dan dompet elektronik. Di Indonesia, sistem pembayaran melalui media elektronik semakin marak dan berkembang pesat. Pembayaran elektronik memungkinkan seseorang untuk melakukan pembayaran secara otomatis, memfasilitasi aliran uang. Dengan pembayaran digital, konsumen mendapatkan keuntungan dari solusi alternatif untuk menghindari kejahatan mencuri uang atau kehilangan uang. Kemudian

⁷ Iskandar Simorangkir, Pengantar Kebanksentralan Teori dan Praktik di Indonesia (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2014), 525.

⁸ Husna Ni'matul Ulya, "Permintaan, Penawaran, dan Harga Perspektif Ibnu Khaldun". *Jurnal Ilmiah, Justicia Islamica* (Ponorogo: IAIN Ponorogo), 2017, 164.

⁹ Irfan Prapmayoga Saputra, "Analisis Efektivitas Penggunaan Digital Payment pada Mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya", *Skripsi* (Bandar Lampung: Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung, 2019), 1.

manfaat selanjutnya adalah menyediakan transaksi yang cepat dan mudah bagi seseorang untuk dengan mudah menyelesaikan metode pembayaran menggunakan pembayaran digital.¹⁰

Pada umumnya uang tunai terutama digunakan untuk transaksi nominal kecil (ritel). Selain uang tunai, penggunaan uang tunai juga membatasi efisiensi dan biaya administrasi yang relatif tinggi. Meskipun uang tunai diminati oleh masyarakat, namun uang tunai pada dasarnya memiliki berbagai resiko dan kelemahan yaitu tidak mudah untuk diangkut karena sifat fisiknya, membutuhkan biaya yang relatif tinggi untuk pengiriman, penyimpanan dan penghitungan, serta resiko keamanan seperti kehilangan, pencurian, dan pemalsuan uang.¹¹ Itulah sebabnya bank sentral dunia saat ini sedang mengakselerasi penggunaan alat pembayaran nontunai. Tidak hanya relatif lebih aman, tetapi juga dapat meningkatkan efisiensi sistem pembayaran karena transaksi menjadi lebih murah, cepat, dan mudah.¹²

Dari beberapa media elektronik yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran digital, salah satunya adalah *mobile banking*. Manfaat dan juga kemudahan dari penggunaan *mobile banking* telah dirasakan oleh hampir seluruh elemen masyarakat pengguna *smartphone* tak terkecuali para pelaku UMKM. Maka tak jarang kini mulai bermunculan UMKM yang telah

¹⁰ Azma Hanina, "Efektivitas Penggunaan QRIS pada Transaksi Penjualan Potato Life di Roxy Jember", *Skripsi* (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember, 2021), 2.

¹¹ Ali Ihsan, "Efektivitas Kebijakan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Kalimantan Selatan dalam Meningkatkan Sistem Transaksi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)", *Skripsi* (Banjarmasin: UIN Antasari, Banjarmasin, 2020), 3.

¹² Venti Eka Satya, "Pengaruh Sistem Pembayaran Digital untuk Stabilitas Sistem Keuangan Indonesia", Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Vol. XIII, No. 2 (Januari 2021), 20.

menerapkan dan menyediakan sistem pembayaran non tunai menggunakan *mobile banking*. Menurut Saudari Wina, pemilik toko kosmetik, ia telah menerapkan pembayaran melalui *mobile banking* sejak cukup lama. Toko tersebut telah berdiri lebih dari 3 tahun, sehingga banyak masyarakat yang telah mengenalnya. Beliau berpendapat bahwa penggunaan *mobile banking* dirasa lebih efisien, terkhusus untuk para pembeli yang order dengan cara online.¹³

Begitu juga menurut Ibu Siti, pemilik toko pakaian, penerapan jual beli atau lebih tepatnya pembayaran menggunakan *mobile banking* sangatlah membantu. Hal tersebut dimanfaatkan beliau untuk mempermudah pembeli dalam melakukan pembayaran, terkhusus pembeli dari luar kota.¹⁴

Sedangkan menurut Saudari Muna, pedagang es, penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli sangatlah membantu. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pesanan yang masuk, sehingga menghemat tenaga dan waktu dalam melayani pembeli. Selain itu sistem pembayaran melalui *mobile banking* dirasa mampu menghemat waktu dan juga tenaga.¹⁵

Konteks ataupun titik fokus permasalahan yang akan diteliti ialah mengenai seberapa efektif penerapan transaksi jual beli atau lebih tepatnya metode pembayaran menggunakan *mobile banking* oleh pelaku UMKM di Kecamatan Dolopo Madiun. Berangkat dari kegelisahan peneliti yang melihat fenomena bahwa selama ini para nasabah terutama pelaku UMKM

¹³ Wina, Wawancara, 10 September 2022

¹⁴ Siti, Wawancara, 10 September 2022

¹⁵ Muna, Wawancara, 10 September 2022.

hanya menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi perbankan tanpa mengetahui keefektifannya, apakah telah sesuai dengan tujuan yang diharapkan dari masing-masing informan ataukah belum sesuai, maka perlu diketahui lebih lanjut mengenai hal tersebut. Efektif yang dimaksud adalah mencakup tiga hal, yaitu sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan, integrasi yang berkaitan dengan sosialisasi, serta dalam hal adaptasi dengan lingkungan. Ketiga hal tersebut sekaligus menjadi ukuran atau indikator dari efektivitas itu sendiri. Jadi perlu diketahui lebih lanjut mengenai *input*, proses, sampai dengan *output*. Urgensi dari penelitian ini yaitu agar peneliti mengetahui apakah penerapan tersebut sesuai dengan tujuan dari masing-masing pelaku UMKM, ataukah belum sesuai dengan yang diharapkan.

Penelitian tentang efektivitas *mobile banking* telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ady Muladi yang berjudul *Efektivitas Sistem Layanan Mobile Banking dalam Merespon Kebutuhan Nasabah di Era Pandemic Covid-19 (Studi Pada Nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Bulukumba Sam Ratulangi)*, penelitian yang dilakukan oleh Adinda Siti Syahmira Silawane yang berjudul *Efektivitas Penggunaan Mobile Banking BCA (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BCA KCP Cipanas)*, penelitian yang dilakukan oleh Shahromi Affandi yang berjudul *Pengaruh Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking dalam Pembayaran Uang Kuliah Tunggal pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Uin Suska Riau*. Namun penelitian tentang efektivitas penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli

terutama pada pelaku UMKM masih minim dilakukan, maka kemudian pada penelitian kali ini lebih berfokus pada penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli.

Berangkat dari permasalahan yang telah dipaparkan dalam latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan mengetahui lebih lanjut dengan melakukan penelitian ilmiah yang berjudul “Efektivitas Penggunaan *Mobile Banking* dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo, Madiun”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana model pembayaran dalam transaksi jual beli pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Madiun?
2. Bagaimana faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Madiun?
3. Bagaimana efektivitas penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Madiun?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui model pembayaran dalam transaksi jual beli pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Madiun.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Madiun.
3. Untuk mengetahui efektivitas penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli di kawasan Pasar Dolopo Madiun.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca. Manfaat yang dapat dicapai adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca.
 - b. Diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi para peneliti baru dan sebagai referensi untuk topik terkait penelitian dan pelengkap atau lanjutan.
 - c. Dapat digunakan sebagai sumber referensi untuk pemecahan masalah di bidang perbankan khususnya penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai efektivitas penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli.

b. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo

Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang yang berkaitan dengan efektivitas penggunaan *mobile banking* serta menambah referensi perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.

c. Bagi UMKM di Kawasan Pasar Dolopo Kabupaten Madiun

Diharapkan dapat membawa manfaat dan dapat dijadikan sebagai masukan yang konstruktif baik bagi pedagang maupun masyarakat luas dalam melakukan kegiatan ekonomi.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang disebut juga dengan kajian pustaka dilakukan agar dapat dijadikan sebagai bahan refleksi dan pembandingan terhadap penelitian sebelumnya. Beberapa kajian pustaka untuk melakukan penelitian tersedia bagi peneliti untuk digunakan sebagai acuan dalam mencari teori, konsep dan generalisasi yang dapat digunakan sebagai landasan teori untuk penelitian yang akan dilakukan.

Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini di antaranya adalah:

Pertama, Skripsi Ady Muladi 2021. UIN Alauddin. Judul: *Efektivitas Sistem Layanan Mobile Banking dalam Merespon Kebutuhan Nasabah di Era Pandemic Covid-19 (Studi Pada Nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Bulukumba Sam Ratulangi)*. Dengan kesimpulan: Hasil studi persentase, yaitu indikator pemahaman nasabah tercapai 84,4%, indikator sesuai tujuan 80, 85,44%, indikator pencapaian tujuan 84,15%, indikator aktual. perubahan tersebut tercapai sebesar 84,26% dan rangkuman menunjukkan bahwa tingkat efektivitas sistem layanan mobile banking untuk memenuhi kebutuhan nasabah di era pandemi Covid-19 (Survei Pelanggan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Bulukumba Sam Ratulangi) adalah sebesar 83,91 % tercapai, yang tergolong efektif.¹⁶

Kedua, Skripsi Adinda Siti Syahmira Silawane 2021. Universitas Pakuan. Judul: *Efektivitas Penggunaan Mobile Banking BCA (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BCA KCP Cipanas)*. Dengan kesimpulan: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas penggunaan Bank BCA Mobile. Rata-rata respon responden terhadap kualitas produk adalah 79,82% yang berarti kualitas produk di BCA Mobile Bank baik. Berdasarkan hasil perhitungan kualitas layanan di atas diketahui bahwa kualitas layanan Bank BCA Mobile sangat baik sebesar 80,21%. Hasil

¹⁶ Ady Muladi, "Efektivitas Sistem Layanan Mobile Banking dalam Merespon Kebutuhan Nasabah di Era Pandemic Covid-19 (Studi Pada Nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Bulukumba Sam Ratulangi)", *Skripsi* (Makassar: UIN Alauddin, 2021).

analisis efisiensi menunjukkan rata-rata dari keempat indikator yang dianalisis adalah 79,75%.¹⁷

Ketiga, Jurnal Ilmiah *Harries Arizona Ismail dan Tri Purwani 2021*. Judul: *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking*. Dengan kesimpulan: Kesesuaian yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan, kesesuaian yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan, dan Kemudahan Penggunaan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat menggunakan mobile banking dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan, dan persepsi kemudahan penggunaan, yang dipengaruhi oleh faktor persepsi suitability.¹⁸

Keempat, Skripsi Yudha Prayoga 2022. UIN Antasari. Judul: *Pengaruh Efektivitas dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Antasari Banjarmasin dalam Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia*. Dengan kesimpulan: Faktor efektivitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan penggunaan mobile banking pada mahasiswa perbankan syariah. Faktor kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan penggunaan

¹⁷ Adinda Siti Syahmira Silawane, "Efektivitas Penggunaan Mobile Banking BCA (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BCA KCP Cipanas)", *Skripsi*, (Bogor: Universitas Pakuan), 2021.

¹⁸ *Harries Arizona dkk*, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking", jurnal ilmiah, *Indicators* (Semarang: Universitas AKI), 2021.

mobile banking pada mahasiswa perbankan syariah. Faktor efektivitas dan kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa perbankan syariah.¹⁹

Kelima, Skripsi Shahromi Affandi 2022. UIN Sultan Syarif Kasim. Judul: *Pengaruh Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking dalam Pembayaran Uang Kuliah Tunggal pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Uin Suska Riau*. Dengan kesimpulan: Hasil uji R2 menunjukkan bahwa R2 adalah 0,648. Nilai tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup mempengaruhi 42,1% keputusan pembelian, sedangkan sisanya 57,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Menurut Kajian Ekonomi Islam, semua transaksi layanan *mobile banking*, baik dalam perjanjian akad antara pengguna jasa maupun pada saat melakukan transaksi pembayaran UKT melalui *mobile banking* diperbolehkan dari sudut pandang ekonomi Islam karena tidak menimbulkan kerugian. , namun hal yang membawa banyak keuntungan, nasabah dapat bertransaksi kapanpun dimanapun, sehingga biaya UKT UIN Suska Riau sejalan dengan prinsip ekonomi syariah.²⁰

¹⁹ Yudha Prayoga, “Pengaruh Efektivitas dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Antasari Banjarmasin dalam Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia)”, *Skripsi* (Banjarmasin: UIN Antasari, 2022).

²⁰ Shahromi Affandi, “Pengaruh Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* dalam Pembayaran Uang Kuliah Tunggal pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Uin Suska Riau)”, *Skripsi* (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim, 2022).

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan, menjelaskan dan menganalisis fakta-fakta yang ada di lapangan penelitian dengan cara mengukur informasi untuk menemukan kebenarannya.²¹ Metode yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah penelitian yang tujuannya menyelidiki secara intensif latar belakang dan interaksi lingkungan dari situasi terkini suatu unit sosial.²² Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk menelaah dan menggambarkan situasi sosial secara utuh dan mendalam.²³ Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fakta dan ciri-ciri tertentu secara akurat dan sistematis. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang relevan dengan pemahaman suatu fenomena sosial (aktivitas manusia) yang data penelitiannya tidak diolah dengan metode statistik, tetapi analisis datanya dilakukan secara induktif.²⁴ Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti mengenai efektivitas penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli yang

²¹ Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat* (Jakarta: PT. Gramedia, 2010), 13.

²² Suryana, *Metodologi Penelitian "Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif"* (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010), 14.

²³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta Cet. 19, 2014), 209.

²⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta Cet. 19, 2014), 9.

dilakukan oleh pelaku UMKM (studi kasus di kawasan Pasar Dolopo, Kabupaten Madiun).

2. Lokasi/Tempat Penelitian (Penelitian Lapangan)

Lokasi penelitian dilaksanakan di kawasan Pasar Dolopo yang beralamat di Jl. Raya Ponorogo-Madiun Krajan, Bangunsari, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun, Jawa Timur 63174. Pemilihan lokasi oleh peneliti didasarkan pada beberapa pertimbangan sebagai berikut:

- a. Pasar Dolopo merupakan pasar terbesar di Kecamatan Dolopo dan menjadi pusat perbelanjaan bagi warga Dolopo dan sekitarnya, serta memiliki batas administratif yang cukup luas, sehingga bisa menjadi representasi dari para pelaku UMKM di Kecamatan Dolopo.
- b. Pelaku UMKM yang ada di kawasan Pasar Dolopo berasal dari berbagai latar belakang sehingga memiliki banyak sekali jenis usaha, baik barang maupun jasa.
- c. Terdapat beberapa metode pembayaran dalam transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli sehingga peneliti tertarik untuk meneliti seberapa efektif penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli yang ada di kawasan Pasar Dolopo.

3. Data dan Sumber Data

- a. Data

Data kualitatif dalam penelitian ini berupa dokumen hasil dari *interview* atau wawancara dengan pelapor yang mewakili pengusaha UMKM terkait informasi yang dibutuhkan oleh peneliti oleh peneliti berupa model pembayaran yang digunakan, latar belakang penggunaan *mobile banking*, serta efektivitas penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Kabupaten Madiun, tempat atau lokasi penelitian terhadap pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo, aktifitas penelitian dan temuan penelitian selama pelaksanaan penelitian berlangsung.

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pengumpulan data primer. Data primer adalah data atau informasi utama yang diambil dari subjek asli atau langsung dari subjek penelitian.²⁵ Data primer dapat diperoleh melalui beberapa jenis dan cara seperti melakukan pertanyaan tertulis berupa kuesioner dan lisan menggunakan metode wawancara. Yang mana data tersebut didapatkan dan diperoleh melalui beberapa narasumber yang menjadi perwakilan dari para pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Kabupaten Madiun.²⁶

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

²⁵ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 39.

²⁶ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 16.

Wawancara sering digunakan untuk mengumpulkan informasi ketika peneliti ingin melakukan penelitian pendahuluan untuk menemukan pertanyaan penelitian dan mendapatkan hal-hal penting dari orang yang diwawancarai dalam jumlah yang lebih dalam, lebih kecil atau lebih kecil dari orang yang diwawancarai. Teknik pengumpulan data ini didasarkan pada laporan diri atau setidaknya informasi atau keyakinan pribadi. Teknik wawancara diklasifikasikan menjadi 3 macam, yaitu: wawancara terstruktur (*structured interview*), wawancara semiterstruktur (*semistucture interview*), dan wawancara tak terstruktur (*unstructured interview*). Berdasarkan ketiga jenis teknik wawancara tersebut, peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur untuk melakukan penelitian ini. Wawancara semi-terstruktur adalah wawancara yang mengalir bebas di mana peneliti mungkin atau mungkin tidak menggunakan panduan wawancara yang disusun secara sistematis dan menyeluruh untuk pengumpulan data.²⁷ Pihak yang diwawancarai oleh peneliti untuk mengumpulkan data yakni pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo Kabupaten Madiun.

5. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Agar informasi yang diperoleh peneliti dan informan memiliki validitas, validitas materi harus dibuktikan dengan triangulasi. Triangulasi adalah metode yang paling umum untuk menguji validitas penelitian

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV. Alfabeta, 2017), 457.

kualitatif. Triangulasi didefinisikan sebagai pemeriksaan informasi dari sumber yang berbeda dengan cara yang berbeda dan pada waktu yang berbeda. Triangulasi terbagi menjadi tiga jenis, yaitu segitiga sumber, segitiga teknis, dan segitiga waktu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber, dimana peneliti menerapkan triangulasi dengan cara membandingkan data observasi dengan data wawancara dan observasi yang dilakukan selama penelitian.

6. Teknik Pengolahan Data

Tahapan pengolahan data penelitian kualitatif meliputi:

a. Reduksi Data

Reduksi data berarti meringkas, memilih yang hakiki, memusatkan perhatian pada hal yang penting dan mencari tema dan pola, kemudian membuang yang tidak perlu.²⁸ Dalam penelitian ini, peneliti memprioritaskan masalah yang akan diteliti dan menghilangkan masalah yang tidak diperlukan untuk penelitian selanjutnya. Fokus masalah penelitian ini tergantung pada masalahnya, yaitu efektivitas penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo, Kabupaten Madiun.

b. Display Data

Display data disebut juga sebagai penyajian informasi, yang dapat berupa uraian singkat atau cerita, grafik, hubungan

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV. Alfabeta, 2017), 485.

antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. *Display* data dapat memudahkan untuk memahami peristiwa dan merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut.²⁹ Pada tahap ini, peneliti mengklasifikasikan masalah yang disajikan bahan penelitian untuk menarik kesimpulan atau informasi yang benar yang berguna bagi bagian penelitian.

c. Kesimpulan dan Verifikasi

Pengambilan kesimpulan dapat sesuai dengan rumusan masalah yang dirumuskan pada awal penelitian. Namun bisa juga sebaliknya, kesimpulan tidak bisa menjawab permasalahan yang dipaparkan, karena sifat masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan dapat berkembang lebih lanjut dalam perjalanan penelitian. Kesimpulan dari penelitian kualitatif harus berupa wawasan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan yang dimaksud dapat berupa deskripsi atau gambaran dari objek semu sebelumnya, sehingga setelah diteliti menjadi jelas dan bermakna.³⁰

7. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya bagi peneliti adalah menganalisis data. Untuk analisis data penelitian ini, penulis menggunakan analisis data deskriptif yaitu memaparkan hasil penelitian dan diawali dengan teori umum. Dalam hal ini penulis ingin

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 485.

³⁰ Ibid, 492.

memaparkan bagaimana metode pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli selama ini, faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli, serta efektivitas penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli pelaku UMKM di kawasan pasar Dolopo Madiun.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang karya tersebut, pembahasan dibagi menjadi lima bab. Terdapat subbab dari kelima bab tersebut yang merupakan rangkaian pembahasan dalam penelitian ini. Berikut adalah sistematika pembahasan dalam penyusunan penulisan skripsi oleh peneliti:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas topik-topik yang kemudian dikembangkan dalam beberapa bagian, antara lain: latar belakang, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistem pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori yang digunakan. Teori yang digunakan sesuai dengan masalah dan informasi yang diteliti. Penggunaan teori tergantung pada jumlah teori yang dibutuhkan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah efektivitas. Penggunaan teori dalam penelitian kualitatif biasanya merupakan alat untuk memahami data, bukan alat ukur.

BAB III PAPARAN DATA

Bab ini memuat paparan data atau informasi yang terdiri dari informasi dasar dan informasi pendukung. Data inti adalah data yang ditanyakan dalam rumusan masalah yang disajikan, sedangkan data pendukung adalah data selain data inti. Penulisan informasi inti juga disesuaikan dengan masalah proposal skripsi. Informasi yang tercakup dalam bab ini meliputi:

1. Data untuk rumusan masalah pertama
2. Data untuk rumusan masalah kedua
3. Data untuk rumusan masalah ketiga

BAB IV PEMBAHASAN/ANALISIS

Bab ini berisi analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai model pembayaran yang digunakan, latar belakang penggunaan *mobile banking*, serta efektivitas penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli pelaku UMKM yang ada di kawasan Pasar Dolopo Kabupaten Madiun.

BAB V PENUTUP

Bagian ini merupakan bab akhir atau penutup dari skripsi, berisi kesimpulan dari setiap rumusan masalah dan saran atau rekomendasi dari peneliti untuk penelitian serupa di masa mendatang.

BAB II

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*

A. Efektivitas

1. Pengertian Efektivitas

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketepatan penggunaan, hasil guna atau menunjang tujuan. Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan.¹

Salah satu upaya mengevaluasi jalannya suatu organisasi, yaitu dapat dilakukan melalui konsep efektivitas. Konsep ini adalah salah satu faktor untuk menentukan apakah perlu dilakukan perubahan secara signifikan terhadap bentuk dan manajemen organisasi atau tidak. Dalam hal ini, efektivitas merupakan pencapaian tujuan organisasi melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara efisien, ditinjau dari sisi masukan (*input*), proses, maupun keluaran (*output*). Dalam hal ini yang dimaksud sumber daya meliputi ketersediaan personil, sarana dan prasarana serta metode dan model yang digunakan. Suatu kegiatan dikatakan efisien apabila dikerjakan dengan benar dan sesuai dengan

¹ Iga Rosalina, "Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan pada Kelompok Pinjaman Bergulir di Desa Mantren Kecamatan Karangrejo Kabupaten Magetan". *Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat*, Volume 01 Nomor 01 (Februari 2012), 3.

prosedur, sedangkan dikatakan efektif bila kegiatan tersebut dilaksanakan dengan benar dan memberikan hasil yang bermanfaat.²

Efektivitas merupakan pokok utama yang menyatakan berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan suatu produk. Penilaian efektivitas dalam penggunaan Mobile Banking perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana manfaat dan tujuan diciptakannya *mobile banking* telah tercapai. Efektivitas dalam penelitian ini cenderung kepada persepsi atau pandangan nasabah khususnya pelaku UMKM terhadap hasil yang didapatkan ketika melakukan transaksi menggunakan *mobile banking*. Efektivitas dapat diketahui dengan cara membandingkan antara rencana dengan hasil yang telah diwujudkan. Apabila tujuan diciptakannya suatu produk tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka hal tersebut dapat dikatakan belum efektif.³

Menurut Steers, efektivitas adalah jangkauan usaha suatu program sebagai suatu sistem dengan sumber daya dan sarana tertentu untuk memenuhi tujuan dan sasarannya tanpa melumpuhkan cara dan sumber daya itu serta tanpa memberi tekanan yang tidak wajar terhadap pelaksanaannya.⁴

Sedangkan menurut Gibson, “Efektivitas adalah pencapaian tujuan dan sasaran yang telah disepakati untuk mencapai tujuan usaha

² Iga Rosalina, “Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan pada Kelompok Pinjaman Bergulir di Desa Mantren Kecamatan Karangrejo Kabupaten Magetan”. *Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat*, Volume 01 Nomor 01 (Februari 2012), 4.

³ Amirullah, Haris Budiyan, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004) 8.

⁴ Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 46.

bersama. Tingkat tujuan dan sasaran itu menunjukkan tingkat efektivitas. Tercapainya tujuan dan sasaran itu akan ditentukan oleh tingkat pengorbanan yang telah dikeluarkan”.⁵

Dari beberapa pendapat di atas mengenai efektivitas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu. Jadi suatu kegiatan organisasi dikatakan efektif apabila suatu kegiatan organisasi tersebut berjalan sesuai aturan atau berjalan sesuai target yang ditentukan oleh organisasi tersebut.

2. Ukuran Efektivitas

Mengukur efektivitas suatu program kegiatan bukanlah suatu hal yang sangat sederhana, karena efektivitas dapat dikaji dari berbagai sudut pandang dan tergantung pada siapa yang menilai serta menginterpretasikannya. Bila dipandang dari sudut produktivitas, maka seorang manajer produksi memberikan pemahaman bahwa efektivitas berarti kualitas dan kuantitas (*output*) barang dan jasa. Tingkat efektivitas juga dapat diukur dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasil nyata yang telah diwujudkan. Namun, jika usaha atau hasil pekerjaan dan tindakan yang dilakukan tidak tepat

⁵ Gibson JL JM Invancevich, JH Donnelly, *Organisasi*, terjemahan Agus Dharma, (Jakarta: Erlangga, 2001), 120.

sehingga menyebabkan tujuan tidak tercapai atau sasaran yang diharapkan, maka hal itu dikatakan tidak efektif.⁶

Adapun kriteria atau ukuran mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak, yaitu:⁷

- 1) Kejelasan tujuan yang hendak dicapai, hal ini dimaksudkan supaya karyawan dalam pelaksanaan tugas mencapai sasaran yang terarah dan tujuan organisasi dapat tercapai.
- 2) Kejelasan strategi pencapaian tujuan, telah diketahui bahwa strategi adalah “pada jalan” yang diikuti dalam melakukan berbagai upaya dalam mencapai sasaran-sasaran yang ditentukan agar para implementer tidak tersesat dalam pencapaian tujuan organisasi.
- 3) Proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap, berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai dan strategi yang telah ditetapkan artinya kebijakan harus mampu menjembatani tujuan-tujuan dengan usaha-usaha pelaksanaan kegiatan operasional.
- 4) Perencanaan yang matang, pada hakekatnya berarti memutuskan sekarang apa yang dikerjakan oleh organisasi dimasa depan.
- 5) Penyusunan program yang tepat suatu rencana yang baik masih perlu dijabarkan dalam program-program pelaksanaan yang tepat sebab apabila tidak, para pelaksana akan kurang memiliki pedoman bertindak dan bekerja.

⁶ Iga Rosalina, “Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kecamatan Karangrejo Kabupaten Magetan”. *Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 01 No 01 (Februari 2012), 5.

⁷ Ibid, 5-6.

- 6) Tersedianya sarana dan prasarana kerja, salah satu indikator efektivitas organisasi adalah kemampuan bekerja secara produktif. Dengan sarana dan prasarana yang tersedia dan mungkin disediakan oleh organisasi.
- 7) Pelaksanaan yang efektif dan efisien, bagaimanapun baiknya suatu program apabila tidak dilaksanakan secara efektif dan efisien maka organisasi tersebut tidak akan mencapai sasarannya, karena dengan pelaksanaan organisasi semakin didekatkan pada tujuannya.
- 8) Sistem pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik mengingat sifat manusia yang tidak sempurna maka efektivitas organisasi menuntut terdapatnya sistem pengawasan dan pengendalian.

Kriteria dalam pengukuran efektivitas, yaitu:⁸

- a) Produktivitas
- b) Kemampuan adaptasi kerja
- c) Kepuasan kerja
- d) Kemampuan ber laba
- e) Pencarian sumber daya

Sedangkan Richard M. Steers mengatakan mengenai ukuran efektivitas, sebagai berikut:⁹

⁸ Iga Rosalina, "Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kecamatan Karangrejo Kabupaten Magetan". Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat, Vol. 01 No 01 (Februari 2012), 7.

⁹ Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), 53.

- 1) Pencapaian Tujuan adalah keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Oleh karena itu, agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin, diperlukan pentahapan, baik dalam arti pentahapan pencapaian bagian-bagiannya maupun pentahapan dalam arti periodisasinya. Sebuah program dikatakan efektif jika telah teapat dengan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya.
- 2) Integrasi yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Integrasi menyangkut proses sosialisasi.
- 3) Adaptasi adalah kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Untuk itu digunakan tolak ukur proses pengadaan dan pengisian tenaga kerja.

Dari sejumlah definisi-definisi pengukur tingkat efektivitas yang telah dikemukakan di atas, perlu peneliti tegaskan bahwa dalam rencana penelitian ini digunakan teori pengukuran efektivitas sebagaimana yang dikemukakan oleh Richard M. Steers yaitu¹⁰: Pencapaian Tujuan, Integrasi dan Adaptasi. Dengan menggunakan teori ini diharapkan dapat mengukur tingkat efektivitas dalam melakukan transaksi jual beli menggunakan *m-banking* bagi pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo, Madiun.

¹⁰ Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), 53.

3. Pendekatan Efektivitas

Pendekatan efektivitas digunakan untuk mengukur sejauh mana aktifitas itu efektif. Ada beberapa pendekatan yang digunakan terhadap efektivitas yaitu:¹¹

a. Pendekatan sasaran (*Goal Approach*)

Pendekatan ini mencoba mengukur sejauh mana suatu lembaga berhasil merealisasikan sasaran yang hendak dicapai. Pendekatan sasaran dalam pengukuran efektivitas dimulai dengan identifikasi sasaran organisasi dan mengukur tingkatan keberhasilan organisasi dalam mencapai sasaran tersebut. Sasaran yang penting diperhatikan dalam pengukuran efektivitas dengan pendekatan ini adalah sasaran yang realistis untuk memberikan hasil maksimal berdasarkan sasaran resmi "*Official Goal*" dengan memperhatikan permasalahan yang ditimbulkannya, dengan memusatkan perhatian terhadap aspek output yaitu dengan mengukur keberhasilan program dalam mencapai tingkat output yang direncanakan.

Dengan demikian, pendekatan ini mencoba mengukur sejauh mana organisasi atau lembaga berhasil merealisasikan sasaran yang hendak dicapai. Efektivitas juga selalu memperhatikan faktor waktu pelaksanaan. Oleh karena itu, dalam efektivitas selalu terkandung unsur waktu pelaksanaan dan tujuan tercapainya dengan waktu yang

¹¹ Dimianus Ding, "Efektivitas Pelaksanaan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Pedesaan". Jurnal Ilmu Pemerintah, Vol. 02 No. 02 (Februari 2014), 8-10.

tepat maka program tersebut akan lebih efektif. Contoh dari pendekatan sasaran yaitu apabila suatu pekerjaan mempunyai target menjual habis barangnya dalam waktu satu minggu, dan barang tersebut terjual habis dalam waktu satu minggu, maka pekerjaan tersebut dapat di katakan efektif.

b. Pendekatan Sumber (*System Resource Approach*)

Pendekatan sumber mengukur efektivitas melalui keberhasilan suatu lembaga dalam mendapatkan berbagai macam sumber yang dibutuhkannya. Suatu lembaga harus dapat memperoleh berbagai macam sumber dan juga memelihara keadaan dan sistem agar dapat menjadi efektif. Pendekatan ini didasarkan pada teori mengenai keterbukaan sistem suatu lembaga terhadap lingkungannya, karena lembaga mempunyai hubungan yang merata dalam lingkungannya, dimana dari lingkungan diperoleh sumber-sumber yang terdapat pada lingkungan seringkali bersifat langka dan bernilai tinggi. Pendekatan sumber dalam kegiatan usaha organisasi dilihat dari seberapa jauh hubungan antara anggota binaan program usaha dengan lingkungan sekitarnya, yang berusaha menjadi sumber dalam mencapai tujuan.

c. Pendekatan Proses (*Internal Process Approach*)

Pendekatan proses menganggap sebagai efisiensi dan kondisi kesehatan dari suatu lembaga internal. Pada lembaga yang efektif, proses internal berjalan dengan lancar di mana kegiatan

bagian-bagian yang ada berjalan secara terkoordinasi. Pendekatan ini tidak memperhatikan lingkungan melainkan memusatkan perhatian terhadap kegiatan yang dilakukan terhadap sumber-sumber yang dimiliki lembaga, yang menggambarkan tingkat efisiensi serta kesehatan lembaga.

4. Efektivitas dalam Perspektif Islam

Efektivitas penggunaan *mobile banking* sangat berkaitan erat dengan kemudahan penggunaan, kepercayaan, daya guna serta kualitas layanan itu sendiri. Kemudahan merupakan salah satu prinsip penting dalam Islam, yang diberikan agar manusia tetap tekun dan semangat dalam menjalankan perintah agama terutama dalam keadaan sulit. Allah SWT. berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 185 sebagai berikut:

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَى وَالْفُرْقَانِ فَمَنْ شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ وَمَنْ كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَى سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَى مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Bulan Ramadhan adalah (bulan) yang di dalamnya diturunkan AlQur'an sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang benar dan yang batil). Karena itu, barang siapa di antara kamu ada di bulan itu, maka berpuasalah. Dan barang siapa sakit atau dalam perjalanan (dia tidak berpuasa), maka (wajib menggantinya), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari lain, Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Hendaklah kamu

mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, agar kamu bersyukur”¹².

5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat efektivitas dalam sebuah organisasi atau perusahaan, faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:¹³

a. Karakteristik Organisasi (struktur dan organisasi)

Penekanan ciri organisasi oleh Steers adalah terhadap struktur dan teknologi karena kedua variabel tersebut sangat mempengaruhi efektivitas organisasi. Perubahan yang bersifat inovatif dalam hubungan interaktif antar anggota-anggota organisasi atau penyusunan hubungan SDM akan meningkatkan efektivitas organisasi. Dengan tercapainya berbagai kemajuan di dalam struktur organisasi, misalnya dengan meningkatkan spesialisasi fungsi, ukuran organisasi, sentralisasi pengambilan keputusan dan formalisasi akan meningkatkan produktivitas organisasi.

b. Karakteristik Lingkungan (ketepatan atas keadaan lingkungan)

Karakteristik lingkungan ini mencapai dua aspek yang saling berhubungan yaitu lingkungan ekstern dan lingkungan intern. Lingkungan ekstern yaitu semua lingkungan kekuatan yang timbul diluar batasan-batasan organisasi. Lingkungan interen pada

¹² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an*, 37.

¹³ Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi*, (Jakarta: Air Langga, 1999), 159.

umumnya dikenal sebagai iklim organisasi yang meliputi bermacam-macam atribut lingkungan kerja.

c. Karakteristik Pekerjaan (perbedaan sifat pekerja)

Lingkungan dalam bekerja memiliki pandangan tujuan kebutuhan dan kemampuan yang berbeda-beda, individu ini memiliki pengaruh langsung terhadap rasa ketertarikan pada organisasi dan potensi kerja. Tanpa rasa keterkaitan dan prestasi, efektifitas mustahil akan tercapai.

d. Kebijakan dan praktek manajemen

Kebijakan dan praktek manajemen merupakan mekanisme yang meliputi penetapan tujuan strategi, pencarian dan pemanfaatan sumber daya secara efisien, menciptakan lingkungan prestasi, proses komunikasi, kepemimpinan dan pengambilan keputusan serta adaptasi dan inovasi organisasi. Dalam hal ini, manajer sangat penting untuk mengarahkan kegiatan-kegiatan secara profesional untuk mencapai tujuan.

A. Transaksi Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan *syara'* dan

disepakati.¹⁴ Sedangkan jual beli menurut ilmu fiqih yaitu saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.¹⁵ Berdasarkan definisi terkait jual beli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan kegiatan tukar menukar antara kedua belah pihak yang dilakukan secara sukarela dan sesuai kesepakatan.

2. Rukun dan Syarat Jual Beli

Terdapat rukun dan syarat jual beli dalam Islam yang jika salah satu rukun atau syarat tidak terpenuhi maka jual beli menjadi tidak sah. Rukun jual beli ada empat, antara lain:¹⁶

- a. Orang yang melakukan akad *al-muta'qidaini* (penjual dan pembeli)
- b. Sighat (ijab dan qabul)
- c. Barang yang dibeli
- d. Nilai tukar barang

Sedangkan syarat jual beli yang berkaitan dengan rukun jual beli adalah sebagai berikut:

- a. Syarat orang yang melakukan akad
 - 1) Berakal
 - 2) Penjual dan pembeli adalah orang yang berbeda
- b. Syarat terkait ijab qabul
 - 1) Orang yang mengucapkan telah baligh

¹⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 68.

¹⁵ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), 111.

¹⁶ Muhammad Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2004), 118.

2) Qabul sesuai dengan ijab

c. Syarat barang yang diperjual belikan

- 1) Barang boleh ada atau tidak ada di tempat selama penjual sanggup mengadakan barangnya
- 2) Bermanfaat dan dapat dimanfaatkan manusia
- 3) Kepemilikannya jelas
- 4) Boleh diserahkan saat akad berlangsung dan boleh juga diserahkan pada waktu yang telah disepakati.

3. Metode Pembayaran

Metode pembayaran adalah metode atau cara kita untuk membayar sesuatu. Terdapat beberapa jenis metode pembayaran yang bisa kita pilih, bisa tunai maupun non tunai. Dari beberapa jenis metode pastinya memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Pada mulanya masyarakat cenderung memilih metode pembayaran melalui COD (*Cash on Delivery*), namun seiring berjalannya waktu masyarakat sedikit demi sedikit melirik dan menggunakan metode pembayaran yang lain secara non-tunai.¹⁷

Beberapa metode pembayaran yang sering digunakan oleh perusahaan maupun perorangan adalah sebagai berikut:

1. *Cash on Delivery* (COD)

¹⁷ Annisa Nur Ramadhani, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto, "Analisis Metode Pembayaran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada *E-Commerce*: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, (Lampung: UIN Raden Intan), Volume 15 Nomor 01 (Februari 2012), 114.

Dengan metode pembayaran ini biasanya pembayaran dilakukan setelah barang pesanan sudah sampai di alamat yang dituju. Dan barang biasanya membutuhkan waktu lama untuk sampai.

2. Transfer Bank

Selain COD, perusahaan dapat menggunakan metode pembayaran seperti transfer bank. Transfer dapat dilakukan melalui ATM, *mobile banking* atau internet banking.

3. Kartu Kredit.

Pembayaran ini bisa menggunakan semua jenis kartu kredit yang ada, konsumen biasanya harus mengisi informasi tertentu.

4. E-wallet.

Metode ini mulai marak digunakan di Indonesia. Metode ini digunakan untuk menyimpan uang kita dalam bentuk digital, dan akan bias kita gunakan untuk melakukan transaksi secara online, misalnya go-pay, ovo ataupun T-cash.

B. Mobile Banking

1. Pengertian Mobile Banking

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*.¹⁸ Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat

¹⁸ "Apakah yang dimaksud dengan Internet Banking dan Mobile Banking", dalam <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>, (diakses pada tanggal 26 Agustus 2022, jam 17.15)

diunduh dan diinstall oleh nasabah. Fitur-fitur layanan yang terdapat pada *mobile banking* antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat), dan layanan transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, internet), pembelian pulsa dan berbagai fitur lainnya.

Adapun beberapa fungsi lain dari *mobile banking* yaitu memungkinkan nasabah melakukan pengecekan saldo dan riwayat transaksi perbankan, melakukan pembayaran transaksi keuangan dari orang ke orang, memberikan laporan dan ringkasan aktivitas keuangan sesuai dengan permintaan nasabah, dan masih banyak lagi.

Untuk menggunakan *mobile banking*, nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu ke Bank. Nasabah dapat memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada aplikasi yang terinstall di ponsel. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan *user-id* dan *password* untuk login, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan OTP saat menjalankan transaksi.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *Mobile Banking*

Beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking* adalah sebagai berikut:¹⁹

a. Kemudahan Penggunaan

¹⁹ Syamsul Hadi, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*". Jurnal Penelitian, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia), Vol. 05 No. 01, 2015), 57.

Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual. Kemudahan penggunaan mobile banking memiliki makna bahwa layanan mobile banking oleh pihak bank akan mudah dipahami dan mudah untuk digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari tata cara bertransaksi menggunakan m-banking. Penerimaan penggunaan sebuah sistem juga turut dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan sistem tersebut. Ini merupakan refleksi psikologis pengguna untuk lebih bersikap terbuka terhadap sesuatu yang mudah dipahami. Kemudahan tersebut dapat mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan sebuah sistem.

b. Manfaat

Layanan *mobile banking* akan bermanfaat jika layanan tersebut mudah dimengerti serta mampu menjalin interaksi dengan penggunanya. Bank menyediakan layanan seperti cek saldo, transfer antar rekening, info kurs dan sebagainya dalam mobile banking, dengan tujuan memberi kemudahan bagi nasabahnya untuk bertransaksi. Penggunaan *mobile banking* bagi nasabah dapat menghemat waktu dan biaya (biaya transportasi), karena nasabah

tidak harus mendatangi bank secara langsung hanya sekedar untuk melakukan transaksi, karena *mobile banking* memberi pelayanan selama 24 jam. Nasabah dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun bahkan ketika kantor bank sudah tutup.

c. Risiko

Risiko adalah sesuatu ketidakpastian yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara online. Dapat dikatakan bahwa transaksi online memiliki risiko tinggi, karena nasabah tidak dapat melakukan transaksi secara tatap muka dan mereka juga tidak dapat memastikan apakah transaksi yang telah dilakukannya, telah diproses secara tepat waktu atau tidak. Sebelum menggunakan layanan *mobile banking*, nasabah pasti telah mempertimbangkan kemungkinan berbagai risiko. Seperti, risiko bocornya PIN dan data pribadi nasabah, risiko dari serangan virus, risiko salah kirim, atau bahkan nasabah melakukan salah ketik. Namun, semua risiko tersebut dapat diminimalisir, baik dari pihak bank ataupun dari nasabahnya.

Untuk mencegah terjadinya kebocoran PIN dan data pribadi, maka pihak bank dapat memberikan pengamanan yang berlapis-lapis agar pihak ke tiga tidak dapat mencuri data nasabah. Sedangkan, untuk mengurangi risiko salah kirim maupun salah ketik, nasabah dapat melakukan pengecekan ulang (membaca ulang) sebelum dikirim. Semakin besar risiko yang akan ditanggung nasabah dalam

menggunakan layanan sistem mobile banking, maka semakin rendah penggunaan sistem tersebut.

d. Kemampuan Akses

Semakin majunya teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini, membuat nasabah semakin menuntut tersedianya fasilitas dan kecepatan akses, aman, mudah dan nyaman guna melakukan transaksi perbankan mereka. Banyak bank memahami perkembangan tren tersebut dan terus meningkatkan fasilitas perbankan transaksionalnya. Kemampuan akses meliputi akses secara fisik (infrastruktur) dan kemampuan menggunakan sistem. Dalam konteks *mobile banking*, kemampuan akses tidak hanya kemampuan nasabah dalam menggunakan sistem, tetapi juga kemampuan akses internet dan HP secara fisik. Adanya infrastruktur teknologi yang memadai, aplikasi pemasaran melalui internet dan HP, seperti *mobile banking* akan dapat dikerjakan dengan lebih mudah.

e. Keamanan

Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang. Keamanan transaksi elektronik membuat nasabah merasa yakin bahwa keamanan data merupakan hal yang penting diperhatikan dalam menggunakan layanan mobile banking. Dalam transaksi online,

risiko hilangnya kerahasiaan merupakan faktor signifikan yang mempengaruhi kepercayaan dan penggunaan. Kekhawatiran utama bagi pengguna mobile banking adalah kurangnya pengendalian terhadap kerahasiaan informasi yang mengakibatkan penyalahgunaan data pribadi.

C. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah suatu kegiatan usaha atau bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, maupun badan usaha kecil. Penggolongannya berdasarkan omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset, dan jumlah karyawan yang dipekerjakan.²⁰ Tidak semua usaha bisa dikategorikan sebagai UMKM, beberapa usaha digolongkan sebagai usaha besar sebab jumlah kekayaan bersih atau omzet per tahunnya lebih besar dari usaha menengah. Usaha-usaha besar tersebut meliputi usaha patungan, nasional milik negara atau swasta, serta asing yang beroperasi di wilayah Indonesia.

Ada beberapa ciri khusus yang membedakan UMKM dengan usaha-usaha lainnya, yaitu jenis barang atau komoditi yang dapat berganti sewaktu-waktu alias tidak tetap. Tempat usaha sektor UMKM juga bisa berpindah-pindah apabila diperlukan. Selain itu, usaha ini juga belum memiliki penerapan administrasi yang memadai. Ciri usaha UMKM juga bisa dilihat dari sumber daya manusianya yang belum memiliki jiwa wirausaha yang terasah. Sebagian besar pelakunya tidak punya akses perbankan dan tidak

²⁰ "Pengertian, jenis, dan perkembangan UMKM di Indonesia", dalam <https://www.jurnal.id/>, (diakses pada tanggal 26 Agustus 2022, jam 17.55)

memiliki surat izin usaha atau legalitas lainnya, seperti nomor pokok wajib pajak (NPWP).



BAB III

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PELAKU UMKM DI KAWASAN PASAR DOLOPO MADIUN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, Pasar Dolopo pertama kali didirikan pada masa penjajahan Belanda pada tahun 1938. Sebelumnya pasar ini terletak di Jalan Asem Payung, namun pada tahun 1938 pemerintah Belanda memindahkan lokasi pasar ke arah barat sehingga tepat berada di tepi barat Jalan Raya Madiun Ponorogo. Pemindahan pasar ini didasari atas pertimbangan lokasi yang lebih strategis karena berada di pinggir jalan raya yang dilalui beberapa angkutan umum setiap hari. Setelah Indonesia merdeka, pasar beroperasi seperti biasa tanpa ada yang mengelola, hanya pedagang yang melakukan kegiatan ekonomi sehari-hari. Ini berlangsung hingga tahun 1989.¹

Pada tahun 1989, Pasar Dolopo dibangun oleh Pemerintah Kota sebagai bangunan yang kokoh dan kokoh di bawah Dinas Perpajakan. Rekonstruksi bangunan pasar diikuti dengan pembentukan struktur pengelolaan pasar. Sebelum terbentuknya struktur pemerintahan, pasar hanya dijaga oleh dua orang warga sekitar, dan mereka menjaganya hanya pada malam hari. Pada tahun 1991, Dinas Pendapatan Kabupaten

¹ Apriliya Mahfudhoh, "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Dolopo Madiun", *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2022), 36.

Madiun meresmikan gedung baru Pasar Dolopo yang berganti nama menjadi Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan sekarang menjadi Dinas Usaha, Koperasi dan UMKM.

Pasar Dolopo terletak di Jalan Raya Madiun-Ponorogo, Krajan, Bangunsari, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun 63174. Menurut pengelola pasar, Pasar Dolopo memiliki luas tanah dan bangunan kurang lebih 7.200 m². Sebanyak 609 pedagang terdaftar resmi dalam arsip pengelola pasar, terdiri dari 393 pedagang kios dan spesialis, 115 pedagang kaki lima (PKL) dan 101 pedagang playon.

Menurut informasi resmi, Pasar Dolopo buka mulai pukul 08:00 WIB hingga 14:00 WIB. Namun kenyataannya, hanya sedikit pedagang yang berjualan dari pagi hingga malam. Pedagang pagi biasanya terdiri dari pedagang mracang dan dapur yang menyediakan kebutuhan eceran sembako kepada konsumen atau pengecer. Sesaat setelah tengah hari, para pedagang mengolah barang-barang manufaktur, seperti pedagang pakaian, kosmetik, alat elektronik hingga gerabah (peralatan rumah tangga).

2. Data Fisik Pasar Dolopo

Pasar Dolopo terletak di Desa Dolopo Kecamatan Dolopo, yang tentunya bersebelahan langsung dengan beberapa desa lainnya. Berikut adalah batas wilayah administrasi Pasar Dolopo:²

- a. Sebelah Utara : Desa Batil Kecamatan Dolopo

² Apriliya Mahfudhoh, "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Dolopo Madiun", *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2022), 37.

- b. Sebelah Timur : Desa Dolopo Kecamatan Dolopo
- c. Sebelah Selatan : Desa Doho Kecamatan Dolopo
- d. Sebelah Utara : Desa Bangunsari Kecamatan Dolopo

Selain batas wilayah seperti data fisik, Pasar Dolopo juga memiliki banyak sarana dan prasarana yang dapat menunjang kegiatan perdagangan pada jam buka pasar.

B. Model Pembayaran dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo

Sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk mentransfer dana untuk memenuhi kewajiban yang timbul dari kegiatan ekonomi. Sistem pembayaran lahir bersamaan dengan istilah “uang” sebagai alat pembayaran atau perantara barang, jasa dan transaksi keuangan. Sistem pembayaran pada dasarnya memiliki 3 tahap pemrosesan yaitu otorisasi, kliring, dan penyelesaian akhir (*settlement*).³

Metode pembayaran adalah metode atau cara kita untuk membayar sesuatu. Terdapat beberapa jenis metode pembayaran yang bisa kita pilih, bisa tunai maupun non tunai. Dari beberapa jenis metode pastinya memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Pada mulanya masyarakat cenderung memilih metode pembayaran melalui COD (*Cash on Delivery*),

³ ”Sekilas Sistem Pembayaran di Indonesia”, dalam <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/>, (diakses pada tanggal 20 Maret 2023, jam 16.56)

namun seiring berjalannya waktu masyarakat sedikit demi sedikit melirik dan menggunakan metode pembayaran yang lain secara non-tunai.⁴

Beberapa metode pembayaran yang sering digunakan oleh perusahaan maupun perorangan adalah sebagai berikut:

2. *Cash on Delivery (COD)*

Dengan metode pembayaran ini biasanya pembayaran dilakukan setelah barang pesanan sudah sampai di alamat yang dituju. Dan barang biasanya membutuhkan waktu lama untuk sampai.

5. *Transfer Bank*

Selain COD, perusahaan dapat menggunakan metode pembayaran seperti transfer bank. Transfer dapat dilakukan melalui ATM, *mobile banking* atau internet banking.

6. *Kartu Kredit.*

Pembayaran ini bisa menggunakan semua jenis kartu kredit yang ada, konsumen biasanya harus mengisi informasi tertentu.

7. *E-wallet.*

Metode ini mulai marak digunakan di Indonesia. Metode ini digunakan untuk menyimpan uang kita dalam bentuk digital, dan akan bias kita gunakan untuk melakukan transaksi secara online, misalnya go-pay, ovo ataupun T-cash.

⁴ Annisa Nur Ramadhani, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto, "Analisis Metode Pembayaran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada *E-Commerce*: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, (Lampung: UIN Raden Intan), Volume 15 Nomor 01 (Februari 2012), 114.

Pengumpulan data yang dilaksanakan dengan wawancara dilakukan kepada 5 informan (pedagang & pengusaha). Adapun hasil wawancara yang disampaikan Saudari Wina, “Saya menerapkan dua model pembayaran, yakni secara tunai dan non tunai (transfer). Secara tunai yaitu *cash on delivery* (cod), dan secara non tunai yakni melalui transfer bank, dan juga *e-wallet*.”⁵ Hal serupa juga dikatakan oleh Saudari Muna, “Saya menerapkan dua model pembayaran, yakni secara tunai (langsung) dan non tunai (transfer). Secara tunai yaitu *cash on delivery* (cod), dan secara non tunai yakni melalui transfer bank, dan juga *e-wallet*.”⁶

Begitu juga dikatakan oleh Bu Siti, “Saya menggunakan pembayaran secara tunai dan non tunai (transfer), Secara tunai yaitu *cash on delivery* (cod), dan secara non tunai yakni melalui transfer bank.”⁷ Kemudian ungkapan Bapak Yanto, “Saya menggunakan dua metode pembayaran yaitu tunai (langsung) dan non tunai (transfer). Secara tunai yaitu *cash on delivery* (cod), dan secara non tunai yakni melalui transfer bank.”⁸ Dan yang terakhir ungkapan Saudara Zainal, “Saya melayani pembayaran secara langsung (tunai) dan transfer (non tunai). Secara tunai yaitu *cash on delivery* (cod), dan secara non tunai yakni melalui transfer bank, dan juga *e-wallet*.”⁹

⁵ Wina, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

⁶ Muna, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

⁷ Siti, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

⁸ Yanto, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

⁹ Zainal, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

C. Faktor yang Melatarbelakangi Penggunaan *Mobile Banking* dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo

Faktor yang melatarbelakangi penggunaan *mobile banking* adalah tindak lanjut dari pemilihan penggunaan *mobile banking* sebagai metode pembayaran pada pelaku UMKM yang ada di kawasan Pasar Dolopo Madiun. Hal ini perlu diketahui karena terjadinya sesuatu pasti ada yang menjadi penyebabnya. Pada konteks ini yaitu penyebab penggunaan *mobile banking* sebagai metode pembayaran itu sendiri. Beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking* diantaranya adalah kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, kemampuan akses, dan juga keamanan.

Pengumpulan data yang dilaksanakan dengan wawancara dilakukan kepada 5 informan (pedagang & pengusaha). Adapun hasil wawancara yang disampaikan Saudari Wina, “Kemudahan penggunaan dan manfaat menjadi faktor yang menyebabkan saya menggunakan *mobile banking*, karena pembayaran bisa dilakukan dengan lebih praktis, terutama bagi yang melakukan transaksi secara *online*.”¹⁰ Lalu yang disampaikan oleh Saudari Muna, “Kemudahan penggunaan dan kemampuan akses menjadi faktor yang menyebabkan saya menggunakan *mobile banking*, karena pelanggan yang bertransaksi dengan saya mayoritas adalah anak muda yang punya dan mampu mengoperasikan *mobile banking*, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan minat daripada kalangan mereka.”¹¹

¹⁰ Wina, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

¹¹ Muna, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

Kemudian yang dikatakan oleh Bu Siti, “Kemudahan penggunaan menjadi faktor yang menyebabkan saya menggunakan *mobile banking*, karena banyak sekali pelanggan yang rumahnya jauh dan melakukan pesanan secara *online*, sehingga pembayar transfer via *mobile banking* dapat dilakukan secara mudah.”¹² Selanjutnya yang ungkapan oleh Pak Yanto, “Kemudahan penggunaan dan risiko menjadi faktor yang menyebabkan saya menggunakan *mobile banking*, karena banyak pembeli yang memesan barang dalam jumlah besar, sehingga melalui *mobile banking* lebih memudahkan pembayaran dan sudah pasti terjamin keamanannya.”¹³ Lalu yang terakhir ungkapan Saudara Zainal, “Kemudahan penggunaan menjadi faktor yang menyebabkan saya menggunakan *mobile banking*, karena kebanyakan pelanggan melakukan pemesanan seperti halnya *banner* secara online dan pembayaran dp nya pun via transfer.”¹⁴

D. Efektivitas Penggunaan *Mobile Banking* dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo

Pada bagian ini data yang peneliti sajikan adalah mengenai efektivitas penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli pada pelaku UMKM yang ada di kawasan pasar Dolopo Madiun. Pengukuran efektivitas dilakukan melalui proses wawancara yang mana didalamnya mengandung unsur pertanyaan sesuai dengan teori yang dipakai. Efektivitas adalah ukuran seberapa jauh organisasi telah mencapai tujuan (kuantitas, kualitas dan

¹² Siti, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

¹³ Yanto, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

¹⁴ Zainal, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

waktu). Kinerja adalah sesuatu yang terkait erat dengan kesuksesan daripada tujuan. Kinerja dapat ditentukan dengan membandingkan rencana dengan hasil yang direalisasikan. Jika tujuan penciptaannya tidak demikian, maka dapat dikatakan tidak efektif. Untuk memudahkan analisis, cukup memperhatikan daftar hal-hal yang mengukur efektivitas. Ukuran efektivitas antara lain yaitu pencapaian tujuan, integrasi, dan juga adaptasi.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan selama penelitian, berikut data efektivitas penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli oleh pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Madiun:

1. Pencapaian Tujuan

Pencapaian tujuan adalah usaha yang umum, pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Oleh karena itu, untuk menjamin tercapainya tujuan akhir diperlukan tahapan-tahapan baik dari segi tahapan mencapai bagian-bagian maupun dari segi periodisasi. Sebuah program dianggap efektif ketika memenuhi tujuan yang ditentukan.¹⁵ Dalam hal ini, peneliti perlu mengetahui terkait tujuan menggunakan *mobile banking* serta bagaimana pencapaian yang telah didapatkan, apakah sudah sesuai dengan tujuan ataukah belum sesuai. Pencapaian tujuan menjadi hal yang sangat penting dalam pengukuran efektivitas.

Terkait pencapaian tujuan, berikut ungkapan Saudari Wina:

“Sudah sesuai, karena memang dari awal saya ingin membuka usaha serta melayani pesanan secara *face to face* (tatap muka) dan secara *online* yang sasarannya adalah pembeli yang berasal dari luar kota. Jadi saya menjual produk saya di toko dan *online shop* di

¹⁵ Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), 53.

marketplace Shopee, sehingga dapat memudahkan mereka dalam melakukan pesanan sekaligus pembayaran. Sampai saat ini pun sudah cukup banyak pembeli yang memesan secara *online* dan pembayarannya pun melalui transfer.”

Kemudian yang disampaikan oleh Saudari Muna:

“Sudah sesuai, karena saya ingin mengembangkan usaha saya dengan cara *membrandingnya* melalui media sosial yakni instagram, sehingga dapat meningkatkan minat pembeli khususnya anak muda yang rumahnya jauh dari tempat usaha saya. Kemudian dengan pembayaran via transfer yang saat ini tengah banyak digandrungi oleh anak muda, juga dapat menarik minat mereka.”

Begitu juga yang disampaikan oleh Bu Siti, “Sudah sesuai, karena kegiatan sehari-hari saya yang sangat padat, sehingga saya juga ingin mengembangkan usaha saya dengan *online shop*, yang proses pembayarannya melalui transfer. Hingga saat ini sudah cukup banyak yang menggunakan layanan *online shop* milik saya.”

Selanjutnya yang disampaikan oleh Pak Yanto, “Sudah sesuai, karena sesuai dengan usaha yang saya miliki, banyak pembeli yang melakukan pesanan secara grosir atau dalam jumlah besar, sehingga nominal uang dalam transaksi pun juga besar. Untuk meminimalisir risiko atau hal-hal yang tidak diinginkan, maka saya juga melayani pembayaran secara transfer.”

Lalu yang disampaikan oleh Saudara Zainal:

“Sudah sesuai, karena biasanya dari beberapa pelanggan membayar dp atau saat melunasi pembayaran itu melalui transfer. Tujuan saya memang untuk memudahkan mereka dalam membayar. Kebanyakan pelanggan melakukan pemesanan *banner* secara online sekaligus membayar dp dengan transfer, jadi mereka tidak perlu datang ke toko.”

2. Integrasi

Integrasi mengukur kemampuan organisasi untuk terhubung, mengembangkan konsensus, dan berkomunikasi dengan banyak organisasi lain. Integrasi adalah tentang proses sosial. Sosialisasi disini adalah sosialisasi secara tatap muka langsung, baik menggunakan perantara seperti Baleho, maupun menggunakan pamflet. Tujuan dari proses sosial ini adalah untuk memperkenalkan program kepada masyarakat dan mengedukasi masyarakat tentang tujuan dari program tersebut.¹⁶ Dalam hal ini, integrasi yang dimaksud adalah bagaimana cara menyampaikan atau memberikan informasi kepada masyarakat mengenai usaha yang dimiliki yang telah menerapkan sistem pembayaran non tunai.

Berikut pernyataan Saudari Wina terkait integrasi, “Melalui media sosial yaitu postingan di Instagram dan juga pada *marketplace* Shopee, jadi masyarakat dapat mengetahuinya dengan cara mengunjungi profil usaha saya di Instagram serta pada *marketplace* Shopee.”

Pernyataan serupa juga dilanturkan oleh Saudari Muna, “Melalui akun media sosial yakni postingan serta menyematkannya pada bio yang terdapat pada profil usaha yang ada di Instagram. Sehingga dengan cara mengunjungi akun Instagram usaha milik saya, masyarakat dapat mengetahuinya.”

Kemudian pernyataan yang juga hampir sama yang disampaikan oleh Bu Siti, “Melalui media sosial Instagram berupa postingan dan juga

¹⁶ Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), 53.

di Instagram *story* yang isinya adalah bukti pembayaran transfer. Dari situ lah masyarakat dapat mengetahui terkait usaha yang saya miliki serta metode pembayaran yang saya terapkan.”

Lain halnya pernyataan yang disampaikan oleh Pak Yanto:

“Dengan cara menyampaikan secara langsung bahwa usaha kami melayani pembayaran secara non tunai melalui transfer rekening termasuk juga melalui *mobile banking*. Jadi kami memberikan tawaran terkait dengan pembayaran yang akan dilakukan apakah secara tunai atau non tunai, kebanyakan masyarakat yang mengetahui adalah para pembeli yang melakukan pembelian dalam jumlah besar.”

Lalu pernyataan yang disampaikan oleh Saudara Zainal, “Dengan cara menyampaikan kepada pembeli yang melakukan pembelian secara *online*, biasanya mereka memesan melalui media sosial *WhatsApp*. Dari situ saya langsung menyampaikan bahwa usaha saya bisa melayani pembayaran secara non tunai melalui transfer.”

3. Adaptasi

Adaptasi adalah kemampuan organisasi atau program untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Oleh karena itu, nilai referensi digunakan untuk proses penciptaan lapangan kerja dan personel. Adaptasi program juga mencakup peran aktif para realis program, agar tujuan program tercapai secara optimal. Juga, adanya reaksi pemrograman dari lingkungan eksternal seperti keinginan sasaran, dan kualitas dari program itu sendiri.¹⁷ Dalam hal ini yang ditekankan adalah proses adaptasi mengenai usaha yang dijalankan pelaku UMKM di

¹⁷ Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), 53.

kawasan Pasar Dolopo serta sistem pembayaran non tunai yang telah diterapkannya.

Berikut pernyataan Saudari Wina mengenai adaptasi:

“Dalam proses adaptasi, saya merasakan bukan suatu hal yang sulit, karena memang dari awal usaha saya berdiri saya juga memberi informasi kepada masyarakat lingkungan sekitar bahwa saya juga membuka usaha *online shop*, sehingga mereka langsung faham mengenai kebutuhan dari masyarakat itu sendiri bahwa di dalam usaha *online shop* juga menerapkan sistem pembayaran transfer.”

Kemudian pernyataan dari Saudari Muna:

“Ketika baru mendirikan usaha, bisa dikatakan cukup sulit dalam proses adaptasi, masih ada beberapa pendapat dari pengusaha lain yang merasa usaha mereka tersaingi dengan adanya usaha saya. Akan tetapi karena sasaran dari usaha saya yaitu lebih ke kalangan anak muda yang saya rasa lebih cepat dalam hal mengikuti perkembangan teknologi, jadi terkadang saya harus memberi pemahaman kepada mereka mengenai tujuan saya menerapkan sistem pembayaran non tunai. Ya walaupun tidak dipungkiri bahwa pembeli itu bukan hanya dari kalangan anak muda itu saja.”

Lalu pernyataan yang disampaikan oleh Bu Siti,

“Yaitu dengan cara berkomunikasi dengan lingkungan sekitar tempat usaha saya, tetap menghargai pendapat orang lain terutama dari para pengusaha lain yang notabene masih menerapkan sistem pembayaran secara tunai saja. Saya berfikir bahwa saat ini harus bisa mengikuti perkembangan teknologi digital, salah satunya dalam transaksi jual beli yang sistem pembayarannya secara non tunai menggunakan media elektronik yakni *mobile banking*.”

Kemudian pernyataan yang disampaikan oleh Pak Yanto, “Proses adaptasi menurut saya cukup mudah, karena bagi saya yang terpenting adalah para pelanggan, saya merasa bahwa untuk lingkungan di sekitar saya tidak terlalu memperhatikan hal tersebut. Jadi saya lebih berfokus untuk melayani para pembeli.”

Lalu yang terakhir pernyataaa dari Saudara Zainal “Karena saya masih lumayan baru di sini mas, jadi saat ini pun masih dalam proses adaptasi, akan tetapi menurut saya, perlu adanya komunikasi dengan lingkungan sekitar, menjalin hubungan yang baik dengan mereka, sehingga lambat laun mereka pun mengetahui tentang usaha yang saya miliki sampai di wilayah metode pembayaran yang saya gunakan.”



BAB IV
ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI PELAKU UMKM DI KAWASAN
PASAR DOLOPO MADIUN

A. Model Pembayaran dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo

Sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk mentransfer dana untuk memenuhi kewajiban yang timbul dari kegiatan ekonomi. Sistem pembayaran lahir bersamaan dengan istilah “uang” sebagai alat pembayaran atau perantara barang, jasa dan transaksi keuangan. Sistem pembayaran pada dasarnya memiliki 3 tahap pemrosesan yaitu otorisasi, kliring, dan penyelesaian akhir (*settlement*).¹

Metode pembayaran adalah metode atau cara kita untuk membayar sesuatu. Terdapat beberapa jenis metode pembayaran yang bisa kita pilih, bisa tunai maupun non tunai. Dari beberapa jenis metode pastinya memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Pada mulanya masyarakat cenderung memilih metode pembayaran melalui COD (*Cash on Delivery*), namun seiring berjalannya waktu masyarakat sedikit demi sedikit melirik dan menggunakan metode pembayaran yang lain secara non-tunai.² Beberapa

¹ ”Sekilas Sistem Pembayaran di Indonesia”, dalam <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/>, (diakses pada tanggal 20 Maret 2023, jam 16.56)

² Annisa Nur Ramadhani, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto, “Analisis Metode Pembayaran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada *E-Commerce*: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam”. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, (Lampung: UIN Raden Intan), Volume 15 Nomor 01 (Februari 2012), 114.

metode pembayaran yang sering digunakan oleh perusahaan maupun perorangan adalah *cash on delivery* (COD), transfer bank, kartu kredit, dan *e-wallet*.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah tercantum dalam paparan data pada bab sebelumnya, dapat diketahui bahwa terdapat dua model pembayaran yang digunakan oleh kelima informan yaitu tunai dan non tunai. Secara tunai yaitu dengan cara *cash on delivery* (COD). Kemudian secara non tunai, tiga dari kelima informan menggunakan cara transfer bank, dan juga *e-wallet*, sedangkan dua informan yang lain hanya melalui cara transfer bank.

B. Faktor yang Melatarbelakangi Penggunaan *Mobile Banking* dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo

Faktor yang melatarbelakangi penggunaan *mobile banking* adalah tindak lanjut dari pemilihan penggunaan *mobile banking* sebagai metode pembayaran pada pelaku UMKM yang ada di kawasan Pasar Dolopo Madiun. Hal ini perlu diketahui karena terjadinya sesuatu pasti ada yang menjadi penyebabnya. Pada konteks ini yaitu penyebab penggunaan *mobile banking* sebagai metode pembayaran itu sendiri. Beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking* diantaranya adalah Kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, kemampuan akses, dan juga keamanan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah tercantum dalam paparan data pada bab sebelumnya, dapat diketahui dari kelima informan menyatakan bahwa kemudahan penggunaan, manfaat, kemampuan akses, dan juga risiko

menjadi faktor yang melatarbelakangi penggunaan *mobile banking*. Menurut informan, *mobile banking* lebih mudah diakses dan manfaat yang didapatkan pun adalah seperti halnya dapat menghemat waktu dan tenaga. Lalu kemampuan akses yang dimaksud adalah sasaran dari penjualan produk itu sendiri yaitu kalangan anak muda yang dirasa lebih mengikuti perkembangan teknologi sehingga mereka mampu mengoperasikan *mobile banking*. Kemudian salah satu dari informan mengatakan bahwa karena besarnya nominal uang dalam bertransaksi, jadi dirasa penggunaan *mobile banking* dapat mengurangi risiko yang tidak diinginkan.

Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor utama dari informan atau pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo menggunakan *mobile banking* dalam transaksi jual beli.

C. Efektivitas Penggunaan *Mobile Banking* dalam Transaksi Jual Beli Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo

Pada bagian ini data yang peneliti sajikan adalah mengenai analisis efektivitas penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli pada pelaku UMKM yang ada di kawasan pasar Dolopo Madiun. Pengukuran efektivitas dilakukan melalui proses wawancara yang mana didalamnya mengandung unsur pertanyaan sesuai dengan teori yang dipakai. Efektivitas adalah ukuran seberapa jauh organisasi telah mencapai tujuan (kuantitas, kualitas dan waktu). Kinerja adalah sesuatu yang terkait erat dengan kesuksesan daripada tujuan. Kinerja dapat ditentukan dengan membandingkan rencana dengan

hasil yang direalisasikan. Jika tujuan penciptaannya tidak demikian, maka dapat dikatakan tidak efektif. Untuk memudahkan analisis, cukup memperhatikan daftar hal-hal yang mengukur efektivitas. Ukuran efektivitas antara lain yaitu pencapaian tujuan, integrasi, dan juga adaptasi.

Berdasarkan hasil wawancara yang disajikan pada bab sebelumnya, berikut hasil analisis efektivitas penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli pada pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Madiun:

1. Pencapaian Tujuan

Pencapaian tujuan adalah usaha yang umum, pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Oleh karena itu, untuk menjamin tercapainya tujuan akhir diperlukan tahapan-tahapan baik dari segi tahapan mencapai bagian-bagian maupun dari segi periodisasi. Sebuah program dianggap efektif ketika memenuhi tujuan yang ditentukan.³ Dalam hal ini, peneliti perlu mengetahui terkait tujuan menggunakan *mobile banking* serta bagaimana pencapaian yang telah didapatkan, apakah sudah sesuai dengan tujuan atau kah belum sesuai. Pencapaian tujuan menjadi hal yang sangat penting dalam pengukuran efektivitas.

Berdasarkan data dari wawancara terkait pencapaian tujuan, Saudari Wina mengungkapkan bahwa penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli sudah sesuai dengan tujuan yang ia inginkan, karena memang tujuannya dari awal ingin membuka usaha serta melayani pesanan secara *face to face* (tatap muka) dan secara *online* yang

³ Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), h.53.

sasarannya adalah pembeli yang berasal dari luar kota. Jadi ia menjual produknya di toko dan *online shop* di *marketplace* Shopee, sehingga dapat memudahkan pembeli dalam melakukan pesanan sekaligus pembayaran. Sampai saat ini pun sudah cukup banyak pembeli yang memesan secara *online* dan pembayarannya pun melalui transfer.

Hal serupa juga disampaikan oleh Saudari Muna, ia mengungkapkan bahwa penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli sudah sesuai dengan tujuan yang ia inginkan, karena ia ingin mengembangkan usahanya dengan cara *membrandingnya* melalui media sosial yakni instagram, sehingga dapat meningkatkan minat pembeli khususnya anak muda yang rumahnya jauh dari tempat usahanya. Kemudian dengan pembayaran via transfer yang saat ini tengah banyak digandrungi oleh anak muda, juga dapat menarik minat mereka. Hingga saat ini, minat dari masyarakat khususnya anak muda yang menjadi sasaran dari produknya sudah mulai meningkat.

Begitu juga yang disampaikan oleh Bu Siti, beliau mengungkapkan bahwa penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli sudah sesuai dengan tujuan yang beliau inginkan, karena beliau ingin mengembangkan usahanya dengan *online shop*, yang proses pembayarannya melalui transfer. Hal tersebut disebabkan oleh kegiatan sehari-hari beliau yang sangat padat, sehingga melalui *online shop* beliau menjalankan usahanya tanpa meninggalkan kesibukan sehari-harinya.

Hingga saat ini sudah cukup banyak yang menggunakan layanan *online shop* miliknya.

Selanjutnya Pak Yanto menyampaikan bahwa penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli sudah sesuai dengan tujuan yang beliau inginkan, karena sesuai dengan usaha yang beliau miliki, banyak pembeli yang melakukan pesanan secara grosir atau dalam jumlah besar, sehingga nominal uang dalam transaksi pun juga besar. Untuk meminimalisir risiko atau hal-hal yang tidak diinginkan, maka beliau juga melayani pembayaran melalui transfer.

Kemudian Saudara Zainal mengungkapkan bahwa penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli sudah sesuai dengan tujuan yang ia inginkan, karena dari beberapa pelanggan membayar dp atau saat melunasi pembayaran itu melalui transfer. Tujuannya adalah memang untuk memudahkan pembeli dalam membayar. Kebanyakan pelanggan melakukan pemesanan *banner* secara online sekaligus membayar dp dengan transfer, sehingga mereka tidak perlu datang ke toko.

Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli sudah sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh informan atau pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Madiun.

2. Integrasi

Integrasi mengukur kemampuan organisasi untuk terhubung, mengembangkan konsensus, dan berkomunikasi dengan banyak

organisasi lain. Integrasi adalah tentang proses sosial. Sosialisasi disini adalah sosialisasi secara tatap muka langsung, baik menggunakan perantara seperti Baleho, maupun menggunakan pamflet. Tujuan dari proses sosial ini adalah untuk memperkenalkan program kepada masyarakat dan mengedukasi masyarakat tentang tujuan dari program tersebut.⁴ Dalam hal ini, integrasi yang dimaksud adalah bagaimana cara menyampaikan atau memberikan informasi kepada masyarakat mengenai usaha yang dimiliki yang telah menerapkan sistem pembayaran non tunai.

Menurut data hasil wawancara mengenai integrasi, Saudari Wina menyatakan bahwa cara untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai usahanya yang telah menerapkan sistem pembayaran non tunai adalah melalui media sosial yaitu postingan di Instagram dan juga pada *marketplace* Shopee, sehingga masyarakat dapat mengetahuinya dengan cara mengunjungi profil usahanya di Instagram serta pada *marketplace* Shopee.

Pernyataan serupa juga dilanturkan oleh Saudari Muna, ia menyatakan bahwa cara untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai usahanya yang telah menerapkan sistem pembayaran non tunai adalah melalui akun media sosial yakni postingan serta menyematkannya pada bio yang terdapat pada profil usaha yang ada di Instagram.

⁴ Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), h.53.

Sehingga dengan cara mengunjungi akun Instagram usaha miliknya, masyarakat dapat mengetahuinya.

Kemudian pernyataan yang juga hampir sama yang disampaikan oleh Bu Siti, beliau mengungkapkan bahwa cara untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai usahanya yang telah menerapkan sistem pembayaran non tunai adalah melalui media sosial Instagram berupa postingan dan juga di Instagram *story* yang isinya adalah bukti pembayaran transfer. Dari situ lah masyarakat dapat mengetahui terkait usaha yang beliau miliki serta metode pembayaran yang ia terapkan.

Lain halnya pernyataan yang disampaikan oleh Pak Yanto, beliau mengungkapkan bahwa cara untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai usahanya yang telah menerapkan sistem pembayaran non tunai adalah dengan cara menyampaikan secara langsung kepada pembeli bahwa usaha beliau melayani pembayaran secara non tunai melalui transfer rekening termasuk juga melalui *mobile banking*. Beliau memberikan tawaran terkait dengan pembayaran yang akan dilakukan apakah secara tunai atau non tunai, kebanyakan masyarakat yang mengetahui adalah para pembeli yang melakukan pembelian dalam jumlah besar.

Selanjutnya Saudara Zainal menyatakan bahwa cara untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai usahanya yang telah menerapkan sistem pembayaran non tunai adalah dengan cara menyampaikan kepada pembeli yang melakukan pembelian secara

online, biasanya mereka memesan melalui media sosial *WhatsApp*. Dari situ ia langsung menyampaikan bahwa ia juga bisa melayani pembayaran secara non tunai melalui transfer.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa dari kelima informan, tiga diantaranya melakukan proses integrasi atau menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai usaha yang dimiliki telah menerapkan sistem pembayaran non tunai cenderung melalui media sosial, lalu kemudian dua informan melalui penyampaian secara langsung kepada pelanggan.

3. Adaptasi

Adaptasi adalah kemampuan organisasi atau program untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Oleh karena itu, nilai referensi digunakan untuk proses penciptaan lapangan kerja dan personel. Adaptasi program juga mencakup peran aktif para realis program, agar tujuan program tercapai secara optimal. Juga, adanya reaksi pemrograman dari lingkungan eksternal seperti keinginan sasaran, dan kualitas dari program itu sendiri.⁵ Dalam hal ini yang ditekankan adalah proses adaptasi mengenai usaha yang dijalankan pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo serta sistem pembayaran non tunai yang telah diterapkannya.

Menurut paparan data hasil wawancara mengenai adaptasi, Saudari Wina menyampaikan bahwa proses adaptasi baginya merupakan bukan

⁵ Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), h.53.

suatu hal yang sulit, karena memang dari awal usahanya berdiri ia juga memberi informasi kepada masyarakat lingkungan sekitar bahwa ia juga membuka usaha *online shop*, sehingga mereka langsung faham mengenai kebutuhan dari masyarakat itu sendiri bahwa di dalam usaha *online shop* juga menerapkan sistem pembayaran non tunai.

Kemudian Saudari Muna mengungkapkan bahwa dalam proses adaptasi baginya cukup sulit, terkadang masih ada beberapa pendapat dari pengusaha atau pedagang lain yang merasa usaha mereka tersaingi dengan adanya usahanya. Akan tetapi karena sasaran dari usahanya yaitu lebih ke kalangan anak muda yang dirasa lebih cepat dalam hal mengikuti perkembangan teknologi, jadi terkadang ia harus memberi pemahaman kepada pedagang lain mengenai tujuannya menerapkan sistem pembayaran non tunai, walaupun memang tidak dipungkiri bahwa pembeli itu bukan hanya berasal dari kalangan anak muda saja.

Lalu Bu Siti menyampaikan bahwa proses beradaptasi yaitu dengan cara berkomunikasi dengan lingkungan sekitar tempat usahanya, tetap menghargai pendapat orang lain terutama dari para pengusaha lain yang notabene masih menerapkan sistem pembayaran secara tunai saja. Beliau berfikir bahwa saat ini harus bisa mengikuti perkembangan teknologi digital, salah satunya dalam transaksi jual beli yang sistem pembayarannya secara non tunai menggunakan media elektronik yakni *mobile banking*.

Selanjutnya Pak Yanto mengungkapkan bahwa proses adaptasi menurut beliau cukup mudah, karena bagi beliau yang terpenting adalah para pelanggan, beliau merasa bahwa untuk lingkungan di sekitarnya tidak terlalu memperhatikan hal tersebut, sehingga beliau lebih berfokus untuk melayani para pembeli.

Dan yang terakhir Saudara Zainal menyampaikan bahwa saat ini ia masih dalam proses adaptasi, karena usaha yang ia miliki masih tergolong baru di lingkungan sekitarnya. Akan tetapi menurutnya, perlu adanya komunikasi dengan lingkungan sekitar, menjalin hubungan yang baik dengan mereka, sehingga lambat laun mereka pun mengetahui serta mengerti tentang usaha yang ia miliki sampai ke wilayah metode pembayaran yang ia gunakan.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat diketahui bahwa proses adaptasi dari setiap pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo berbeda-beda. Dari kelima informan, tiga diantaranya menyatakan bahwa proses adaptasi yang mereka lakukan cukup mudah, satu informan menyatakan melalui proses yang cukup sulit, dan satu informan yang lain saat ini tengah menjalani proses adaptasi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari teori, penelitian, pengumpulan data, dan analisis yang dilakukan peneliti, terkait efektivitas penggunaan *mobile bankig* dalam transaksi jual beli pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Madiun, dapat ditarik kesimpulan sebagaimana dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Dari keseluruhan paparan data dan analisis data mengenai model pembayaran dalam transaksi jual beli oleh pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Madiun, diketahui bahwa terdapat dua model pembayaran yang digunakan oleh informan yaitu tunai dan non tunai. Secar tunai yaitu dengan cara *cash on delivery* (COD). Kemudian secara non tunai, tiga dari kelima informan menggunakan cara transfer bank, dan juga *e-wallet*, sedangkan dua informan yang lain hanya melalui cara transfer bank.
2. Dari beberapa faktor yang melatarbelakangi penggunaan *mobile banking* seperti kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, kemampuan akses, dan juga keamanan, kemudahan penggunaanlah yang menjadi faktor utama dari informan atau pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo menggunakan *mobile banking* dalam transaksi jual beli.
3. Terdapat tiga hal yang menjadi ukuran efektivitas, yaitu pencapaian tujuan, integrasi, dan juga adaptasi. Dari ketiga hal tersebut dapat diketahui bahwa penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jua beli

sudah sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh masing-masing informan atau pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Madiun. Kemudian mengenai integrasi dan adaptasi, dari kelima informan telah melakukannya dengan caranya masing-masing, sehingga dari ketiga hal yang menjadi ukuran atau indikator efektivitas telah dilakukan dengan baik oleh masing-masing informan. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan *mobile banking* dalam transaksi jual beli oleh pelaku UMKM di kawasan Pasar Dolopo Madiun bisa dikatakan efektif.

B. Saran

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya terutama yang berkaitan dengan efektivitas penggunaan *mobile banking* dalam hal transaksi jual beli.

2. Bagi Pelaku UMKM di Kawasan Pasar Dolopo Madiun

Berdasarkan hasil penelitian di kawasan Pasar Dolopo Madiun, diharapkan dapat memotivasi seluruh pedagang yang ada untuk dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan konsumen dan memaksimalkan penggunaan *mobile banking* dalam hal transaksi jual beli, sehingga manfaat dari penggunaan *mobile banking* dapat dirasakan khususnya pada pihak penjual dan pembeli.

3. Bagi Lembaga Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi evaluasi untuk lembaga perbankan syariah untuk lebih meningkatkan pelayanan

kepada nasabah melalui edukasi kepada masyarakat luas agar nantinya kemudahan menggunakan *mobile banking* dapat tersalurkan secara maksimal kepada seluruh elemen masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Shahromi. *Pengaruh Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking dalam Pembayaran Uang Kuliah Tunggal pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Uin Suska Riau*. Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2022.
- Amirullah dan Haris Budiyon. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004.
- Arizonia, Harries dan Tri Purwani. “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking”. *Jurnal Ilmiah, Indicators*. Semarang: Universitas AKI. 2021.
- Dimianus Ding, “Efektivitas Pelaksanaan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Pedesaan”. *Jurnal Ilmu Pemerintah*, Vol. 02 No. 02, Februari 2014.
- Hadi, Syamsul. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*”. *Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia. Vol. 05 No. 01, 2015.
- Hanina, Azma. *Efektivitas Penggunaan QRIS pada Transaksi Penjualan Potato Life di Roxy Jember*. Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Hasan, Muhammad Ali. *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2004.
- Hendayati, Ni Putu Hanik, Maulida Nurhidayati, dan Dwi Setya Nugrahini, “Analisis Pengaruh Nilai Tukar Rupiah terhadap Jumlah Uang Beredar dengan Pendekatan *Error Correction Model (ECM)*”. *Jurnal Ilmiah, Konferensi Nasional Sistem dan Informatika 2017*. Bali: STMIK STIKOM. Agustus 2017.
- Ihsan, Ali. *Efektivitas Kebijakan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Kalimantan Selatan dalam Meningkatkan Sistem Transaksi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Skripsi, UIN Antasari, Banjarmasin, 2020.
- Invancevich, Gibson JL JM dan JH Donnelly. *Organisasi*, terjemahan Agus Dharma. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an*.
- Kontjaraningrat. *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia, 2010.
- Mahfudhoh, Apriliya. *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Dolopo Madiun*. Skripsi, IAIN Ponorogo, 2022.

- Muladi, Ady. *Efektivitas Sistem Layanan Mobile Banking dalam Merespon Kebutuhan Nasabah di Era Pandemic Covid-19 (Studi Pada Nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Bulukumba Sam Ratulangi)*. Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2021.
- Prayoga, Yudha. *Pengaruh Efektivitas dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Antasari Banjarmasin dalam Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia)*. Skripsi, UIN Antasari Banjarmasin, 2022.
- Ramadhan, Muhammad. *Implementasi Transaksi Non Tunai Pada Taman Rekreasi Selecta Kota Batu Jawa Timur*. Skripsi, UIN Malang, 2018.
- Ramadhani, Annisa Nur, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto, "Analisis Metode Pembayaran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada E-Commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*. Lampung: UIN Raden Intan. Volume 15 Nomor 01, 2012.
- Rosalina, Iga. "Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan pada Kelompok Pinjaman Bergulir di Desa Mantren Kecamatan Karangrejo Kabupaten Magetan". *Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat*. Volume 01 Nomor 01, Februari 2012.
- Saputra, Irfan Prapmayoga. *Analisis Efektivitas Penggunaan Digital Payment pada Mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya*. Skripsi, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung, 2019.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Satya, Venti Eka. "Pengaruh Sistem Pembayaran Digital untuk Stabilitas Sistem Keuangan Indonesia", Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Vol. XIII, No. 2, Januari 2021.
- Silawane, Adinda Siti Syahmira. *Efektivitas Penggunaan Mobile Banking BCA (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BCA KCP Cipanas)*. Skripsi, Universitas Pakuan Bogor, 2021.
- Simorangkir, Iskandar. *Pengantar Kebanksentralan Teori dan Praktik di Indonesia*. Jakarta: PT RajaGrafindo, 2014.
- Steers, Richard M. *Efektivitas Organisasi*. Jakarta: Air Langga, 1999.
- , *Efektivitas Organisasi*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- , *Efektivitas Organisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.
- Subari, Sri Mulyati Tri dan Ascarya. *Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia)*, 2003.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Cet. 19, 2014.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta, 2017.

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Suryana. *Metodologi Penelitian “Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif”*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010.

Ulya, Husna Ni'matul. “Permintaan, Penawaran, dan Harga Perspektif Ibnu Khaldun”. *Jurnal Ilmiah, Justicia Islamica*. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2017.

”Apakah yang dimaksud dengan Internet Banking dan Mobile Banking”, dalam <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>. Diakses pada tanggal 26 Agustus 2022, jam 17.15.

”Bijak Ber-Electronic Banking”, dalam <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>. Diakses pada tanggal 26 Agustus 2022, jam 19.00.

”Internet Banking dan Mobile Banking”, dalam <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>. Diakses pada tanggal 09 September 2022, jam 19.39.

”Pengertian, jenis, dan perkembangan UMKM di Indonesia”, dalam <https://www.jurnal.id/>. Diakses pada tanggal 26 Agustus 2022, jam 17.55.

”Sekilas Sistem Pembayaran di Indonesia”, dalam <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/>. Diakses pada tanggal 20 Maret 2023, jam 16.56.

Wawancara:

Wina, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

Muna, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

Siti, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

Yanto, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

Zainal, *Wawancara*, 8 Februari 2023